

Oponentský posudek bakalářské práce

Autorka: Kateřina DRVOTOVÁ, FF JCU v Českých Budějovicích

Téma: *Porovnání marketingové kampaně v Čechách a ve Francii*

Autorka předkládané bakalářské práce si vybrala na studovaném oboru nezvyklé komparativně zaměřené téma z oblasti marketingu s hlavním cílem „...porovnat a na tomto základě vyvodit výsledky, zda jsou marketingové kampaně vedené v Čechách a ve Francii stejné, nebo zda se liší a co tyto rozdíly způsobuje.“ (s. 8).

Po metodologické stránce mám k práci několik výhrad. Zaprvé v úvodu není dostatečně jasně vysvětleno, jak potvrzuje i citace stanovených cílů, že práce bude v rozporu se svým obecně vymezeným názvem práce případovou studií věnující se porovnání kampaně vybrané české společnosti Linet s.r.o. a její dceřiné společnosti Linet France ve Francii. Dále mám poznámku ke struktuře práce, když považuji za matoucí a v důsledku za zbytečné vyhrazení samostatné kapitoly o rozsahu jedné normostrany tzv. Metodice. Autorka v ní do značné míry opakuje, co již předeslala v úvodu, tedy popisuje cíle, strukturu práce a pracovní postup, a to navíc chybně v minulém čase, jakoby se jednalo o závěr. Metodickou chybu nalézám i v anotaci, kde autorka nedodržuje zvolenou osobu a místy používá ich-formu. Konečně autorka není důsledná v dodržování zvolené terminologie (např. v obsahu v oddílu 4.2.1 věnovaném českému Linetu používá pojmy „Události“ či „Sponzorství“, kdežto v následujícím oddílu věnovaném francouzskému Linetu pojmy „Akce“ a „Sponzoring“).


Naopak po věcné stránce považuji práci za zdařilou jak v teoretických pasážích, k nimž se však nemohu zcela relevantně vyjádřit, tak zejména v praktické rovině. Předkládaná práce je přínosná mezistátním srovnáním vybrané problematiky z oblasti marketingu. Zejména pak vysoce pozitivně hodnotím skutečnost, že se autorka nespokojila s teoretickým rozbořem získaných poznatků, ale umně využila a řádně vyhodnotila vlastní praktické zkušenosti nabyté během svého působení v dané firmě.

Pozitivní dojem převládá i v hodnocení formální a jazykové stránky práce, byť drobné výhrady k práci se zdroji by se našly, například špatné „citace z druhé ruky“, tedy citace převzaté citovaným autorem odjinud (např. třetí poznámka pod čarou na s. 10). Za nešťastnou pak vzhledem k na Francii zaměřenému tématu považuji skutečnost, že autorka v teoretické části úplně pominula francouzské zdroje. V tomto ohledu je alespoň možné ocenit francouzsky psané resumé a glosář.

Směrem k obhajobě doporučuji, aby se autorka zamyslela nad závěrem učiněným v rovině mateřská a dceřiná společnost a nahlédla ho v souladu s názvem práce v obecnější rovině pod srovnávacím úhlem česká v. francouzská marketingová kampaň.

Celkový dojem z předkládané bakalářské práce je příznivý, nicméně vzhledem k uvedeným výhradám ji navrhuji klasifikovat známkou **velmi dobře**.

České Budějovice, 15. 6. 2011


JUDr. Mgr. Ivo Petř, Ph.D.